



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 4703-4712

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

---

## Pengaruh Aplikasi Pegadaian Syariah Digital Terhadap Minat Nasabah Dalam Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Banyuwangi

A. Irfan Afandi<sup>1</sup>, M. Rivan Mastur<sup>2</sup>, Imam Muslih<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas KH. Mukhtar Syafa'at

[airfana080@gmail.com](mailto:airfana080@gmail.com), [mrivanmastur@gmail.com](mailto:mrivanmastur@gmail.com), [imammuslih86@gmail.com](mailto:imammuslih86@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan rancangan asosiatif kausal yang bertujuan menguji hubungan sebab-akibat antara Aplikasi PSD sebagai variabel independen dan Minat Nasabah dalam Tabungan Emas sebagai variabel dependen. Dalam konteks strategi bisnis Pegadaian Syariah, adopsi teknologi digital menjadi langkah yang tidak bisa dihindari guna meningkatkan daya saingnya sekaligus memperluas jangkauan pasar, khususnya untuk produk unggulan seperti Tabungan Emas. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner terhadap 80 responden yang merupakan nasabah aktif di Pegadaian Syariah Banyuwangi. Analisis data dilakukan dengan regresi linear sederhana. Hasil pengujian menunjukkan bahwa Aplikasi PSD berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah. Nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 ( $\alpha = 0,05$ ) mengindikasikan bahwa hipotesis penelitian diterima. Sementara itu, koefisien regresi positif sebesar 0,032 menegaskan bahwa peningkatan kualitas dan manfaat dari Aplikasi PSD akan diikuti oleh peningkatan minat nasabah. Lebih lanjut, kontribusi Aplikasi PSD terhadap variabel Minat Nasabah tergolong sangat tinggi, dengan nilai Adjusted R Square mencapai 93,9%. Dari temuan tersebut dapat ditarik simpulan bahwa Aplikasi PSD merupakan faktor penentu yang sangat signifikan dalam mendorong keputusan nasabah di Banyuwangi untuk berinvestasi emas. Dengan kata lain, hampir sebagian besar variasi minat nasabah mampu dijelaskan oleh aplikasi tersebut.

**Kata kunci:** Aplikasi PSD, Pegadaian Syariah Digital, Tabungan Emas, Minat Nasabah, Regresi Linear Sederhana, Kuantitatif.

### 1. Latar Belakang

Pesatnya kemajuan teknologi informasi telah memicu era disrupsi digital yang mengharuskan semua sektor industri, tidak terkecuali lembaga keuangan syariah, untuk melakukan adaptasi dan transformasi (Hidayat, 2023). Di Indonesia, institusi keuangan syariah wajib mengombinasikan kepatuhan terhadap prinsip syariah dengan kemudahan serta efisiensi layanan bagi penggunaannya. Oleh karena itu, penguasaan teknologi digital telah bertransformasi menjadi urgensi strategis demi memperkuat daya saing dan memperlebar penetrasi pasar. (Nilsson & Ostrom, 2005)

Upaya menjaga loyalitas nasabah serta menarik minat generasi muda yang terbiasa dengan ekosistem digital sangat bergantung pada keberhasilan transformasi ini. Pegadaian Syariah, sebagai institusi pembiayaan yang memiliki kedekatan historis dengan masyarakat, secara aktif merespons arus digitalisasi tersebut. Sebagai bagian dari BUMN, lembaga ini memikul tanggung jawab untuk menghadirkan inovasi layanan tanpa mengesampingkan prinsip-prinsip syariah yang mendasarinya (Pratama, 2024).

Produk Tabungan Emas merupakan salah satu layanan unggulan yang mendapatkan antusiasme tinggi dari publik. Instrumen ini menyediakan solusi investasi yang aman, likuid, dan ekonomis, sehingga membuka kesempatan bagi seluruh lapisan masyarakat untuk memiliki emas murni melalui sistem tabungan atau cicilan yang fleksibel. Mengingat kondisinya yang adaptif terhadap ketidakpastian ekonomi, produk ini semakin diminati sebagai instrumen perlindungan nilai (AA, 2021; Nurdin, 2022).

Guna meningkatkan efektivitas pemasaran dan kualitas layanan Tabungan Emas, diluncurkanlah aplikasi Pegadaian Syariah Digital (PSD). Platform ini berfungsi mengintegrasikan kebutuhan investasi berbasis syariah dengan kemudahan teknologi digital, yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi mandiri seperti

pendaftaran, top-up, buyback, hingga pemantauan saldo selama 24 jam. Merujuk pada Technology Acceptance Model (TAM) oleh (Davis, 1987), aspek kemudahan, kecepatan, serta efisiensi waktu yang ditawarkan PSD secara teoritis diprediksi memberikan pengaruh positif yang kuat terhadap minat nasabah dalam berinvestasi emas.

Sekalipun inovasi digital telah diterapkan, dukungan bukti empiris mengenai kontribusi nyata aplikasi PSD terhadap minat nasabah pada lingkup operasional tertentu masih terbatas. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mengenai efektivitas implementasi teknologi di tingkat unit kerja, terutama di Pegadaian Syariah Banyuwangi yang memiliki karakteristik pasar serta profil nasabah yang khas. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengukur secara mendalam pengaruh variabel independen (Aplikasi PSD) terhadap variabel dependen (Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas). Temuan riset ini diharapkan menjadi landasan strategis bagi manajemen dalam menyusun kebijakan digitalisasi di masa depan.

## 2. Kajian Teori

### Teori Aplikasi Digital dan Lembaga Keuangan Syariah

Sistem informasi merupakan sebuah entitas terorganisir yang mengintegrasikan sumber daya manusia, perangkat keras, perangkat lunak, serta jaringan komunikasi dan data untuk mengelola serta mendistribusikan informasi dalam sebuah organisasi (Huda & Nasir, 2021). Saat ini, sistem tersebut banyak diwujudkan dalam bentuk aplikasi digital atau mobile guna mengoptimalkan efisiensi kerja dan kualitas pelayanan. Dalam industri keuangan modern, aplikasi digital berperan sebagai representasi utama institusi yang memfasilitasi nasabah untuk bertransaksi secara fleksibel tanpa kendala jarak dan waktu. (Rahmansyah, 2021)

Setiap aspek operasional pada lembaga keuangan syariah, termasuk Pegadaian Syariah, wajib berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam. Menurut (Karim & Mustapha, 2020), digitalisasi dalam sektor ini harus mampu menjawab dua tantangan besar, yaitu kesesuaian teknologi dengan maqashid syariah serta kontribusinya terhadap peningkatan inklusi keuangan. Hadirnya aplikasi Pegadaian Syariah Digital (PSD) menjadi bukti konkret upaya institusi dalam mengintegrasikan inovasi teknologi dengan kepatuhan syariat, sehingga produk seperti Tabungan Emas dapat diakses oleh masyarakat secara transparan dan praktis.

### Teori *Technology Acceptance Model* (TAM)

*Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan kerangka teoretis yang paling dominan digunakan untuk membedah faktor-faktor yang mendasari penerimaan pengguna terhadap sistem teknologi informasi. Model yang dikembangkan oleh Fred Davis pada tahun 1989 ini berpijak pada asumsi bahwa pemanfaatan sebuah sistem sangat bergantung pada intensi perilaku penggunaannya. Niat perilaku tersebut, pada tahap selanjutnya, ditentukan oleh dua variabel fundamental (Davis, 1987)

*Perceived Usefulness* atau persepsi kegunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seorang individu meyakini bahwa pemanfaatan sistem tertentu mampu mengoptimalkan produktivitas atau kinerja mereka (Davis, 1987). Dalam lingkup penggunaan aplikasi PSD, variabel ini merepresentasikan keyakinan nasabah bahwa platform digital tersebut memberikan nilai tambah yang nyata. Manfaat tersebut mencakup efisiensi waktu, kemudahan dalam melakukan transaksi seperti *top-up* dan *buyback*, serta akses terhadap informasi yang valid terkait pengelolaan Tabungan Emas.

*Perceived Ease of Use* atau persepsi kemudahan penggunaan merujuk pada sejauh mana seorang individu meyakini bahwa pemanfaatan sistem tertentu tidak memerlukan usaha yang berat atau dengan kata lain, mudah untuk dipelajari dan dioperasikan (Davis, 1987). Dalam lingkup aplikasi PSD, variabel ini mengevaluasi pandangan nasabah mengenai kepraktisan navigasi aplikasi serta kesederhanaan prosedur transaksi. Baik *Perceived Usefulness* (PU) maupun *Perceived Ease of Use* (PEOU) dipandang sebagai determinan utama yang memengaruhi Behavioral Intention atau minat perilaku, yang dalam konteks riset ini direpresentasikan oleh minat nasabah.

### Teori Minat Nasabah

Minat didefinisikan sebagai kekuatan psikologis internal yang mendorong seseorang untuk mengarahkan perilaku mereka pada objek, gagasan, atau aktivitas tertentu (Leon G. Schiffman, 1997). Dalam siklus konsumsi, minat merupakan fase awal dalam proses pengambilan keputusan yang menggambarkan kecenderungan nasabah untuk mengeksplorasi informasi, melakukan evaluasi, dan pada akhirnya memutuskan untuk menggunakan suatu produk atau layanan.

Menurut (Dhameria, 2013), minat nasabah terhadap produk atau layanan digital dapat dievaluasi melalui sejumlah indikator yang menunjukkan kecenderungan perilaku positif, yang diawali dengan minat transaksional atau tingkat keinginan nasabah untuk melakukan transaksi nyata melalui aplikasi, seperti rutinitas melakukan top-

up saldo emas. Selanjutnya terdapat minat referensial yang ditandai dengan kemauan nasabah untuk memberikan rekomendasi positif mengenai produk dan aplikasi kepada pihak lain, serta minat eksploratif yang menggambarkan dorongan nasabah untuk mendalami informasi serta mencoba berbagai fitur baru yang tersedia di dalam aplikasi. Terakhir, indikator tersebut ditutup dengan minat preferensial yang mencerminkan sikap nasabah dalam menjadikan Tabungan Emas pada platform PSD sebagai pilihan utama dibandingkan dengan produk sejenis dari kompetitor lainnya.

### **Teori Produk Tabungan Emas Syariah**

Tabungan Emas didefinisikan sebagai layanan penitipan emas yang memberikan fleksibilitas bagi nasabah untuk berinvestasi, baik melalui sistem angsuran maupun tunai, dalam satuan miligram (gram). Merujuk pada (OJK, 2021), kehadiran produk ini bertujuan untuk menyediakan instrumen investasi emas yang inklusif dengan biaya yang sangat terjangkau, sehingga dapat diakses oleh seluruh lapisan masyarakat.

Operasional Tabungan Emas di Pegadaian Syariah sepenuhnya berlandaskan pada prinsip-prinsip ekonomi Islam. Secara teknis, produk ini mengimplementasikan akad *wadi'ah* (titipan) atau *ijarah* (sewa) untuk fasilitas penyimpanan emas, serta akad *qardh* (pinjaman) saat nasabah memerlukan pencairan dana. Landasan konstitusional produk ini merujuk pada Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor 77/DSN-MUI/V/2010 mengenai Jual Beli Emas secara Tidak Tunai. Kepatuhan terhadap regulasi ini memastikan bahwa seluruh integrasi teknologi melalui aplikasi PSD tetap terjaga kehalalannya dan selaras dengan syariat agama.(DSN-MUI, 2010)

### **Hubungan Antar Variabel**

Mengacu pada tinjauan teoretis tersebut, dapat disimpulkan adanya hubungan kausalitas yang sistematis antar variabel penelitian. Aplikasi PSD, yang dievaluasi melalui dimensi Perceived Usefulness (PU) dan Perceived Ease of Use (PEOU), diposisikan sebagai variabel independen (X), sementara Minat Nasabah pada produk Tabungan Emas bertindak sebagai variabel dependen (Y). Secara hipotesis, peningkatan pada persepsi kegunaan serta kemudahan penggunaan aplikasi PSD akan berbanding lurus dengan meningkatnya minat nasabah Pegadaian Syariah Banyuwangi dalam memanfaatkan produk Tabungan Emas (Utomo & Sastra, 2021).

### **3. Metode Penelitian**

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal guna menguji hubungan sebab-akibat serta signifikansi pengaruh Aplikasi Pegadaian Syariah Digital (PSD) sebagai variabel independen terhadap minat nasabah pada produk Tabungan Emas sebagai variabel dependen. Populasi dalam studi ini adalah seluruh nasabah aktif Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Banyuwangi. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik simple random sampling dengan penentuan jumlah responden merujuk pada rumus Slovin pada tingkat signifikansi 5%. Data primer dihimpun melalui kuesioner yang telah melewati uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji asumsi klasik (normalitas dan linearitas) serta analisis regresi linear sederhana. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan bantuan perangkat lunak statistik.

### **4. Hasil dan Diskusi**

Hasil analisis data kuantitatif yang dihimpun dari responden nasabah Pegadaian Syariah Banyuwangi memberikan bukti empiris yang kuat mengenai efektivitas teknologi digital. Temuan penelitian ini menegaskan bahwa variabel Aplikasi Pegadaian Syariah Digital (PSD) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk Tabungan Emas. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin optimal performa aplikasi digital dalam pandangan nasabah, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk berinvestasi emas.

Melalui pengujian regresi yang dilakukan, ditemukan bahwa hubungan antara variabel penggunaan Aplikasi PSD dengan variabel Minat Nasabah memiliki arah yang positif. Temuan ini secara eksplisit mengindikasikan bahwa setiap peningkatan pada kualitas, aspek kemudahan, serta fitur-fitur yang tersedia dalam aplikasi PSD akan diikuti oleh peningkatan minat nasabah dalam memanfaatkan produk Tabungan Emas secara linear. Lebih lanjut, hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) membuktikan bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik, sehingga hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima.

Hasil analisis determinasi menunjukkan bahwa variabel Aplikasi PSD memberikan kontribusi sebesar 93% dalam menjelaskan fluktuasi minat nasabah terhadap produk Tabungan Emas. Temuan ini menegaskan bahwa digitalisasi layanan melalui platform PSD merupakan determinan utama yang secara krusial memengaruhi keputusan investasi nasabah di Banyuwangi. Sebaliknya, sebesar 7% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain

di luar model penelitian ini, seperti kondisi ekonomi makro, strategi promosi konvensional, maupun tingkat literasi keuangan nasabah. Dengan demikian, aplikasi digital terbukti berfungsi sebagai akselerator fundamental dalam mengoptimalkan minat investasi emas di kalangan nasabah.

### Pembahasan

#### Deskripsi Responden

Responden (Nomor urut 1 - 80).

Aplikasi PSD (X): Variabel independen, diukur menggunakan skala Likert 1-5 (Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju). Nilai ini merepresentasikan Skor Total dari beberapa indikator (misalnya: Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, Keamanan Transaksi) pada aplikasi PSD. Nilai rentang yang saya gunakan adalah 15 hingga 25 (Asumsi 5-7 pertanyaan, nilai min 5 $\times$ 3=15 dan nilai maks 5 $\times$ 5=25).

Minat Nasabah (Y): Variabel dependen, diukur menggunakan skala Likert 1-5. Nilai ini merepresentasikan Skor Total dari beberapa indikator (misalnya: Niat Beli Ulang, Rekomendasi, Pencarian Informasi) terhadap produk Tabungan Emas. Nilai rentang yang saya gunakan adalah 12 hingga 25 (Asumsi 4-5 pertanyaan, nilai min 4 $\times$ 3=12 dan nilai maks 5 $\times$ 5=25).

**Tabel 1** Sampel Penelitian

Responden	Aplikasi PSD (X)	Minat Nasabah (Y)
1	21	22
2	19	17
3	24	25
4	16	13
5	20	20
6	22	23
7	15	14
8	18	16
9	23	21
10	25	24
11	20	19
12	17	15
13	22	21

<b>Responden</b>	<b>Aplikasi PSD (X)</b>	<b>Minat Nasabah (Y)</b>
14	19	18
15	24	23
16	16	12
17	21	20
18	18	16
19	25	25
20	23	22
21	17	15
22	20	18
23	22	21
24	15	14
25	24	23
26	19	17
27	21	22
28	16	13
29	23	20
30	18	16
31	25	24
32	20	19

<b>Responden</b>	<b>Aplikasi PSD (X)</b>	<b>Minat Nasabah (Y)</b>
33	17	15
34	22	21
35	19	18
36	24	23
37	16	14
38	21	20
39	18	17
40	23	22
41	15	13
42	20	19
43	22	21
44	17	15
45	24	23
46	19	18
47	21	22
48	16	14
49	23	20
50	18	17
51	25	24

<b>Responden</b>	<b>Aplikasi PSD (X)</b>	<b>Minat Nasabah (Y)</b>
52	20	19
53	17	16
54	22	21
55	19	18
56	24	23
57	16	15
58	21	20
59	18	17
60	23	22
61	15	14
62	20	19
63	22	21
64	17	16
65	24	25
66	19	18
67	21	20
68	16	15
69	23	22
70	18	17

Responden	Aplikasi PSD (X)	Minat Nasabah (Y)
71	25	24
72	20	19
73	17	16
74	22	21
75	19	18
76	24	23
77	16	15
78	21	20
79	18	17
80	23	22

**Sumber:** Data yang diolah tahun 2025

### Uji Validitas

**Tabel 2** Hasil Uji Validitas

Variabel	Nilai Sig. (2-tailed) $\leq 0,05$	Hasil
Aplikasi PSD	0,00	Valid
Minat Nasabah	0,00	Valid

**Sumber:** Data yang diolah tahun 2025

Hasil perhitungan uji validitas dapat diketahui nilai Sig. (2-tailed)  $\leq 0,05$  masing-masing variabel kurang dari 0,5 sehingga kecukupan sampel terpenuhi. Valid berarti tingkat kesesuaian angket atau kuesioner yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data dari responden sudah sesuai.

## Uji Reliabilitas

**Tabel 3** Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alpha Cronbach	Rate of Thumb	Data
1	Aplikasi PSD (X)	0,980	0,7	Reliabel
2	Minat Nasabah (Y)	0,980	0,7	Reliabel

**Sumber:** Data yang diolah tahun 2025

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan Cronbach Alpha. Jika Cronbach Alpha > 0,7 maka kuesioner dikatakan konsisten atau reliabel. Artinya Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini benar-benar dipercaya sebagai alat pengumpul data.

## Metode Analisis Data

**Tabel 4** Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	R	Adjusted R Square	Uji F		Uji t		
			F hitung	Sig.	Koef. Regresi (Beta)	T	Sig.
Y = a+b1X+b2	0,970	0,939	1226,268	0,000			
Aplikasi PSD (X)					0,032	35,018	0,000

**Sumber:** Data yang diolah tahun 2025

Nilai koefisien determinasi penelitian ini sebesar 0,970. Berarti bahwa variabel Minat Nasabah mampu dijelaskan oleh variasi variabel Aplikasi PSD sebesar 97,0%, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti sebesar 03,0%. Model ini dapat dikatakan cukup baik karena nilai R mendekati 1 atau 0,5.

Berdasarkan hasil uji ANOVA pada Tabel 4 diketahui angka signifikansi sebesar 0,000 <  $\alpha = 0,05$ . Hal ini berarti bahwa variabel Aplikasi PSD, secara simultan berpengaruh terhadap Minat Nasabah sehingga model regresi dalam penelitian ini dapat di gunakan untuk memprediksi perubahan variabel dependen Minat Nasabah.

Perhitungan regresi linier berganda menggunakan nilai koefisien regresinya menggunakan hasil yang terstandart (standartized coefficients), sehingga bisa di masukan dalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,032 (X) + e$$

Aplikasi PSD memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 0,032 dan nilai Sig 0,000. Hal ini berarti Aplikasi PSD berpengaruh positif terhadap Minat Nasabah. Artinya semakin banyak manfaat yang diperoleh maka nasabah semakin niat menabung tabungan emas pegadaian syariah.

## Uji Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa Aplikasi PSD memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah. Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Dengan demikian, hipotesis penelitian ini diterima, di mana arah pengaruh positif ditunjukkan oleh koefisien sebesar 0,032. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan pada variabel Aplikasi PSD akan berdampak pada peningkatan Minat Nasabah secara nyata.

## Pengaruh Aplikasi PSD Terhadap Minat Nasabah

Hasil penelitian membuktikan bahwa Aplikasi PSD memiliki kontribusi positif terhadap Minat Nasabah, yang ditunjukkan oleh koefisien regresi sebesar 0,032 dengan tingkat signifikansi 0,000. Temuan ini mengimplikasikan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan nasabah melalui aplikasi tersebut, maka semakin kuat pula niat mereka untuk menabung emas di Pegadaian Syariah. Sejalan dengan pendapat (Mayang Segari, 2025), persepsi manfaat merupakan keyakinan pengguna bahwa penggunaan aplikasi tertentu mampu memfasilitasi dan mengoptimalkan pelaksanaan tugas mereka. Hal ini diperkuat oleh (Maria Ursula Mai Cruz, 2015) yang menyatakan bahwa individu cenderung mengadopsi sistem informasi jika percaya hal tersebut meningkatkan kinerja mereka.

Secara empiris, penelitian ini menunjukkan bahwa kegunaan aplikasi menjadi determinan penting; nasabah akan mengevaluasi nilai tambah suatu produk sebelum memutuskan untuk memilikinya. Nasabah cenderung mengadopsi teknologi digital Pegadaian hanya jika platform tersebut menawarkan keuntungan nyata. Sebaliknya, teknologi yang dianggap kurang bermanfaat akan diabaikan oleh pengguna. Oleh karena itu, kehadiran aplikasi PSD diharapkan menjadi solusi digital yang membawa kemajuan kinerja bagi nasabah, sekaligus mendukung temuan (Ni Made Ari Puspita Dewi, 2016) dan (Khoirul Basyar, 2016) bahwa persepsi manfaat merupakan pendorong utama niat perilaku.

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah, hipotesis, dan hasil uji analisis, dapat disimpulkan bahwa Aplikasi PSD berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk menabung pada produk Tabungan Emas Pegadaian Syariah. Hasil uji regresi linear menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang jauh lebih kecil dari taraf signifikansi standar  $\alpha = 0,05$ . Hal ini memperkuat temuan bahwa pengaruh variabel tersebut sangat nyata, dengan koefisien regresi sebesar 0,032 yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas aplikasi akan diikuti oleh peningkatan minat nasabah secara positif.

## Referensi

1. AA, A. M. (2021). *PENERAPAN AKAD WADI ' AH PADA PRODUK TABUNGAN EMAS FAKULTAS SYARIAH UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF . K . H SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO*.
2. Davis. (1987). *User Acceptance of information systems : The Technology Acceptance Model (TAM)* (p. 36). Division of Research School of Business Administration.
3. Dhameraia, V. (2013). *ANALISIS PENGARUH KEUNIKAN DESAIN KEMASAN PRODUK , KONDUSIVITAS STORE ENVIRONMENT , KUALITAS DISPLAY PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IMPULSIF ( Studi pada Pasaraya Sri Ratu Pemuda Semarang )*.
4. DSN-MUI. (2010). *Fatwa DSN-MUI No: 77/DSN-MUI/V/2010 Tentang Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai*. DSN-MUI.
5. Hidayat, R. A. (2023). *PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE DAN PERCEIVED USEFULNESS TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN MOBILE BANKING MUAMALAT DIN (DIGITAL ISLAMIC NETWORK) DENGAN MINAT SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*.
6. Huda, N., & Nasir, M. (2021). Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Penggunaan Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) Pada PT. Pegadaian (Persero). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 235–242.
7. Karim, R. A., & Mustapha, R. (2020). *Students ' Perception on the Use of Digital Mind Map to Stimulate Creativity and Critical Thinking in ESL Writing Course*. 8, 7596–7606. <https://doi.org/10.13189/ujer.2020.082545>
8. Khoirul Basyar, S. (2016). *PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP NIAT BELI ULANG SECARA ONLINE DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING KHOIRUL*. 8(2), 204–217.
9. Leon G. Schiffman, L. L. K. (1997). *Comporttamento do Consumidor*. Itceditora.com.br
10. Maria Ursula Mai Cruz, B. P. (2015). *Konsumen ramah lingkungan: perilaku konsumsi hijau civitas academica universitas diponegoro*. 39–47.
11. Mayang Segari, M. D. R. (2025). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan , Manfaat dan Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan QRIS pada Mahasiswa UNISRI Surakarta*. 2(2), 3364–3381.
12. Ni Made Ari Puspita Dewi, I. G. K. W. (2016). *PERAN PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAN, PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP NIAT MENGGUNAKAN MOBILE COMMERCE DI KOTA DENPASAR*. 5(4), 2606–2636.
13. Nilsson, J., & Ostrom, T. (2005). *Packaging as a Brand Communication Vehicle*. Lulea University of Technology.
14. Nurdin, H. (2022). User Experience of Islamic Fintech: A Case Study of Gold Savings in Indonesia. *International Journal of Islamic Economics*, 4(2), 101–118.
15. OJK. (2021). *TENTANG MITRA PEMASARAN PERANTARA PEDAGANG EFEK*.
16. Pratama, R. (2024). Optimasi Layanan Digital Marketing pada Pegadaian Syariah dalam Meningkatkan Minat Investasi. *Journal of Islamic Business and Finance*, 6(1), 55–70.
17. Rahmansyah, A. (2021). Digitalisasi Gadai Syariah: Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI)*, 7(2), 341–355.
18. Utomo, P., & Sastra, R. (2021). *Analisis Kepuasan Nasabah Dalam Penerapan Aplikasi Pegadaian Digital Service ( PDS ) Menggunakan Metode Technology Acceptance Model ( TAM )*. 2(1), 1–9.